

Brněnská metropolitní oblast
Závěry z představení Marketingové
a komunikační kampaně a aktualizace
Vize strategie rozvoje BMO

Průběh prezentace a workshopu

V rámci pracovního jednání k problematice aktualizace Integrované strategie rozvoje Brněnské metropolitní oblasti (BMO) 21+, které se uskutečnilo ve čtvrtek 28. 11. 2019 od 9:00 do 13:00 hodin v primátorských saloncích na Staré radnici, Mečová 5, Brno 602 00, prezentovala agentura Media age účastníkům koncept Marketingové a komunikační kampaně Brněnské metropolitní oblasti (dále BMO) pro roky 2019 a 2020 a následně je zapojila přítomné do aktivity za účelem aktualizace Vize strategie rozvoje BMO.

Prezentace proběhla v druhém bloku jednání, po části věnované tématům Integrované strategie rozvoje Brněnské metropolitní oblasti. Agentura představila účastníkům komunikační koncepci založenou na efektivním oslovením co největší části cílové skupiny, která je definovaná jako odborná veřejnost s potenciálem zapojení do metropolitní spolupráce. Účastníkům agentura prezentovala plán na aktivaci metropolitních lídrů, sdílení jejich zkušeností a příkladů dobré praxe prostřednictvím komunikačních kanálů v rámci kampaně. Následně agentura

seznámila přítomné s novým vizuálním stylem kampaně a postavičkou metropolitního hrdiny, která je bude komunikací provázet. Dále zástupci agentury odpověděli na dotazy z pléna, které se týkaly například zapojení cílové skupiny široké veřejnosti do kampaně, komunikace směrem k politické reprezentaci municipalit v rámci BMO, motivačních faktorů atd.

Následovalo cvičení pro aktualizaci Vize strategie rozvoje BMO. Účastníkům byla nejdříve připomenuta stávající vize a pilíře, na kterých je postavena. Následně

byla vysvětlena myšlenka na reformulaci vize ve výzvu, která by odpovídala novému nastavení kampaně pod heslem #jednejmetropolitne.

V rámci aktivity měli účastníci, rozdělení do čtyř skupin, doplnit slova do předepsaného rámce nové vize. Konkrétně se jednalo o otázku JAK se má BMO rozvíjet a v JAKÉ místo pro život. Účastníci měli v časovém limitu 5 minut doplnit jedno přídavné jméno a dvě až tři příslovce způsobu. V následné diskuzi se měly vize jednotlivých skupin spojit.

**Společně se zasadíme o to, aby se BMO
(**JAK**) rozvíjela v (**JAKÉ**) místo pro život.**



Vize strategie rozvoje BMO

Skupina 1: Společně se zasadíme o to, aby se BMO **udržitelně** rozvíjela v **šťastné, zdravé a prosperující** místo pro život.

Skupina 2: Společně se zasadíme o to, aby se BMO **udržitelně a solidárně** rozvíjela v **nejlepší** místo pro život.

Skupina 3: Společně se zasadíme o to, aby se BMO **dynamicky** rozvíjela v **prosperující** místo pro **spokojený** život.

Skupina 4: Společně se zasadíme o to, aby se BMO **vyváženě** rozvíjela v **příjemné** místo pro život.

Diskuze o aktualizaci vize

V následné diskuzi reprezentanti jednotlivých skupin představili své vize a následovala rozprava o jednotlivých slovech v rámci nové společné formulace. V diskuzi účastníci nedospěli ke shodě na společném znění nové vize. Padaly zejména argumenty proti:

- Slovu UDRŽITELNĚ v kombinaci se slovem „rozdívěla“, diskutující se domnívaly, že si obě fráze odporují. Slovo udržitelně jim navíc přišlo neatraktivní. Bylo zmíněno i jako klišé strategických dokumentů.
- Neshody panovaly i v definici, jaké místo pro život by měla BMO být. Hlavním vnímaným problémem bylo, že výsledné fráze jsou příliš vágní, všeobjímající a neurčité a že v mnoha případech jde o opakování téhož.
- Vystala též otázka, jestli Strategie rozvoje BMO vůbec nějakou vizi potřebuje.



MEDIA AGE, s.r.o.

třída Kpt. Jaroše 1927/8, Brno 602 00
+420 533 433 730, www.mediaage.cz

Publikování nebo šíření obsahu je bez písemného souhlasu zakázáno.

© Copyright MEDIA AGE, s.r.o.